



Analisis Pemanfaatan Media Sosial bagi Remaja Muslim (Studi Kasus : Penggunaan Instagram dan TikTok)

Salsabila Nisrina¹, Muhammad Fadhilah Al Atsari², Adhi Kusuma³

¹⁻³Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Indonesia

Email: snisrina22@gmail.com¹, mfadhilaha280901@gmail.com², adhi.kusuma@uinbanten.ac.id³

Korespondensi penulis: snisrina22@gmail.com*

Abstract. *Social media has become an inseparable part of adolescents' lives, including as a means of obtaining information and forming religious identity. On the one hand, Instagram and TikTok provide wide access to creative and interesting da'wah content, increase understanding of Islam, form a community of religious courage, and encourage positive expression in the form of Islamic content. However, on the other hand, both also open up great opportunities for adolescents to be exposed to content that is contrary to Islamic values, such as a hedonistic lifestyle, clothing that is not in accordance with Islamic law, and behavior that reduces the quality of worship and real social interaction. In addition, the role of the environment such as family, peers, and religious figures is an important factor in shaping how adolescents use social media. Proper guidance can help adolescents sort content according to Islamic teachings and make social media an effective means of da'wah. On the other hand, without adequate guidance, social media has the potential to become a source of disturbance and deviation of values. Therefore, media literacy and religious awareness are needed so that Muslim adolescents can use Instagram and TikTok wisely and in line with Islamic teachings.*

Keywords: *Instagram, Muslim adolescents, Religious behavior, TikTok.*

Abstrak. Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan remaja, termasuk sebagai sarana memperoleh informasi dan membentuk identitas keagamaan. Di satu sisi, Instagram dan TikTok memberikan akses luas terhadap konten dakwah yang kreatif dan menarik, meningkatkan pemahaman keislaman, membentuk komunitas religius daring, serta mendorong ekspresi positif dalam bentuk konten Islami. Namun di sisi lain, keduanya juga membuka peluang besar bagi remaja untuk terpapar konten yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, seperti gaya hidup hedonis, pakaian tidak sesuai syariat, serta perilaku yang menurunkan kualitas ibadah dan interaksi sosial nyata. Selain itu, peran lingkungan seperti keluarga, teman sebaya, dan tokoh agama menjadi faktor penting dalam membentuk cara remaja memanfaatkan media sosial. Bimbingan yang tepat dapat membantu remaja memilah konten sesuai ajaran Islam dan menjadikan media sosial sebagai sarana dakwah yang efektif. Sebaliknya, tanpa pendampingan yang memadai, media sosial berpotensi menjadi sumber distraksi dan penyimpangan nilai. Oleh karena itu, diperlukan literasi media dan kesadaran religius agar remaja Muslim dapat menggunakan Instagram dan TikTok secara bijak dan sejalan dengan ajaran Islam.

Kata kunci: Instagram, Remaja Muslim, Perilaku keagamaan, TikTok.

1. PENDAHULUAN

Menurut Rosenzweig (2000), menyatakan bahwa teknologi merupakan suatu organisasi dan aplikasi pengetahuan untuk mencapai tujuan praktis, termasuk alat-alat dan mesin-mesin. Dengan perkembangan zaman, teknologi mulai berkembang sangat pesat. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat dalam dua dekade terakhir ini telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan memperoleh informasi.

Salah satu dampak yang paling nyata dari kemajuan teknologi ini ialah dengan munculnya media sosial sebagai suatu sarana komunikasi dan ekspresi diri yang sangat populer, terutama di kalangan generasi muda. Di antara berbagai *platform* media sosial yang berkembang, Instagram dan TikTok menjadi dua aplikasi yang paling digemari oleh remaja, termasuk remaja Muslim. Menurut Widada (2018) menyatakan bahwa media sosial merupakan salah satu media *online* yang dapat memungkinkan pengguna memanfaatkan berbagai fitur untuk memenuhi kebutuhan komunikasi.

Media sosial seperti Instagram dan TikTok tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai wadah untuk mengekspresikan identitas, berbagi pengalaman, membentuk citra diri, serta mencari inspirasi dan informasi. Remaja Muslim sebagai bagian dari kelompok usia yang sangat adaptif terhadap perubahan teknologi, menjadikan media sosial sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka.

Namun, di balik peluang yang ditawarkan oleh media sosial ini, terdapat pula tantangan dan risiko yang perlu diperhatikan, seperti konten yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam, penyebaran informasi yang tidak valid (*hoaks*), hingga potensi ketergantungan terhadap gawai dan media sosial itu sendiri. Dari sisi positif, media sosial dapat dimanfaatkan oleh para remaja Muslim sebagai media dakwah, edukasi keislaman, penguatan identitas keagamaan, hingga guna pengembangan diri. Banyak akun-akun Islami yang menyajikan konten dakwah dengan cara yang menarik, ringan, dan sesuai dengan gaya bahasa remaja.

Dengan melalui berbagai fitur yang interaktif dan visual yang menarik, Instagram dan TikTok dapat menjadi sarana penyebaran pesan-pesan moral dan memiliki nilai dan pesan yang telah diajarkan oleh agama Islam yang efektif. Namun demikian, tidak sedikit pula remaja yang justru terdistraksi oleh konten-konten yang tidak mendidik, konsumtif, dan menjauhkan dari nilai-nilai agama. Fenomena ini menimbulkan berbagai pertanyaan besar mengenai bagaimana sebenarnya remaja Muslim memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram dan TikTok.

Apakah penggunaan media sosial tersebut mendukung perkembangan spiritualitas dan identitas keislaman mereka, atau justru membawa dampak negatif yang kontraproduktif terhadap nilai-nilai Islam yang mereka anut? Pertanyaan-pertanyaan ini menjadi dasar penting untuk dilakukan analisis lebih dalam terhadap pola pemanfaatan media sosial oleh remaja Muslim. Dalam konteks ini, penting untuk melihat lebih jauh bagaimana remaja Muslim memandang dan menggunakan media sosial dalam kehidupan mereka sehari-hari. Apakah media sosial menjadi sarana yang mendukung proses pencarian jati diri dan pemahaman keagamaan mereka, atautkah hanya sekadar menjadi media hiburan semata?

Dengan melakukan studi kasus terhadap penggunaan Instagram dan TikTok, penelitian ini bisa dapat diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana dinamika pemanfaatan media sosial dalam kehidupan keagamaan remaja Muslim saat ini.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yang dimana menurut Moleong (2008: 6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena sosial yang terjadi, khususnya dalam konteks pemanfaatan media sosial oleh remaja Muslim. Penelitian ini tidak berfokus pada pengukuran statistik, melainkan pada pemahaman makna, pola perilaku, serta pengalaman subjek penelitian dalam menggunakan media sosial seperti Instagram dan TikTok.

Pendekatan studi kasus yang digunakan ini memiliki tujuan untuk mengeksplorasi fenomena pemanfaatan media sosial dalam konteks yang spesifik, yakni pada kalangan remaja Muslim. Studi ini dilakukan pada sekelompok remaja yang aktif menggunakan Instagram dan TikTok dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menggali secara detail bagaimana media sosial dimanfaatkan oleh remaja, baik dari aspek motivasi, tujuan penggunaan, bentuk interaksi yang dilakukan, hingga pengaruhnya terhadap nilai dan praktik keagamaan mereka.

3. PEMBAHASAN

Dampak positif dan negatif dari penggunaan Instagram dan TikTok terhadap perilaku dan pemahaman keagamaan remaja Muslim

Menurut meodia, (2020) mengatakan bahwa istagram merupakan salah satu *platform* social media visual terbesar pada saat ini, Instagram dikatakan memiliki pengguna yang lebih dari satu milliar pengguna aktif setiap bulannya Baik yang penggunaan Instagram dan TikTok yang di lakukan oleh remaja Muslim memiliki ini memiliki dampak yang beragam terhadap perilaku dan pemahaman keagamaan mereka. Di satu sisi, kedua *platform* ini telah memberikan peluang yang sangat besar bagi remaja untuk mengakses informasi keislaman dengan cara yang menarik dan mudah dicerna.

Banyak akun dakwah yang kreatif memanfaatkan fitur visual dan audio untuk menyampaikan pesan-pesan moral, ajaran akidah, kisah nabi, serta motivasi Islami yang relevan dengan kehidupan remaja. Dengan melalui berbagai macam konten semacam ini, remaja dapat terbantu dalam memahami ajaran Islam secara lebih kontekstual dan dekat dengan dunia mereka. Mereka juga bisa merasa lebih terhubung dengan komunitas Muslim yang lebih luas dan mendapatkan inspirasi untuk meningkatkan praktik keagamaannya, seperti rajin salat, membaca Al-Qur'an, atau menjaga akhlak dalam pergaulan.

Namun, di sisi lain, penggunaan Instagram dan TikTok juga telah membawa dampak negatif yang tidak dapat diabaikan. Banyak remaja yang lebih tertarik pada konten hiburan yang bersifat viral, sensasional, dan kadang-kadang bertentangan dengan nilai dari agama Islam, seperti gaya hidup hedonis, pakaian yang tidak sesuai syariat, serta konten-konten yang menormalisasi perilaku-perilaku yang kurang mencerminkan akhlak Islam. Ketika paparan terhadap konten semacam ini berlangsung terus-menerus, tidak menutup kemungkinan akan memengaruhi cara pandang, kebiasaan, dan nilai-nilai yang dianut remaja.

Selain itu, penggunaan media sosial yang dilakukan secara berlebihan juga dapat menurunkan kualitas ibadah dan interaksi sosial di dunia nyata, karena remaja lebih banyak menghabiskan waktu di depan layar daripada melakukan aktivitas spiritual atau keagamaan secara langsung. Dengan demikian, Instagram dan TikTok bisa menjadi sarana dakwah yang efektif dan pembelajaran keagamaan yang menyenangkan jika digunakan secara selektif dan bijak. Namun, jika tidak ada pendampingan dan kontrol yang cukup, media sosial juga bisa menjadi sumber distraksi yang menjauhkan remaja dari nilai-nilai agama yang seharusnya mereka pegang.

Oleh karena itu, penting bagi remaja Muslim untuk memiliki kesadaran media (*media literacy*) dan kedewasaan dalam memilih serta memaknai konten yang mereka konsumsi, agar keberadaan media sosial dapat memberikan manfaat yang positif bagi pertumbuhan keimanan dan kepribadian mereka. Ada beberapa dampak positifnya, ialah sebagai berikut :

- a. Akses terhadap konten dakwah yang kreatif dan menarik

Instagram dan TikTok banyak digunakan oleh para pendakwah muda dan konten kreator Islami untuk menyebarkan nilai-nilai keislaman secara visual dan singkat, sehingga lebih mudah diterima oleh remaja.

- b. Meningkatkan pemahaman agama melalui media digital

Remaja dapat memperoleh informasi seputar akidah, akhlak, dan ibadah dari konten-konten singkat yang dikemas secara modern dan mudah dipahami.

c. Membentuk komunitas keislaman di dunia maya

Melalui media sosial, remaja bisa bergabung dengan komunitas hijrah, kajian daring, atau akun motivasi Islami yang memperkuat identitas keagamaan mereka

d. Mendorong ekspresi positif dalam bentuk konten Islami

Beberapa remaja Muslim terinspirasi untuk membuat konten dakwah sendiri, seperti video tilawah, kutipan hadis, atau motivasi Islami, sehingga media sosial menjadi sarana ekspresi dakwah dan kreativitas.

Bukan hanya memiliki dampak positif saja, ada juga beberapa dampak negatif dari penggunaan Instagram dan TikTok terhadap perilaku dan pemahaman keagamaan remaja Muslim

a. Paparan terhadap konten yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam

b. Tidak semua konten di Instagram dan TikTok bersifat mendidik. Banyak konten yang menampilkan gaya hidup bebas, berpakaian tidak sesuai syariat, atau bahasa yang tidak sopan. Terbentuknya pola pikir konsumtif dan hedonis Media sosial ini sering sekali menampilkan gaya hidup glamor yang dapat memengaruhi remaja untuk lebih mementingkan penampilan, popularitas, dan materi daripada nilai spiritual.

c. Mengurangi kualitas ibadah dan interaksi sosial nyata

Ketergantungan pada media sosial bisa juga telah membuat remaja lalai dalam beribadah, seperti salat, mengaji, atau menghadiri majelis ilmu, karena lebih sibuk berselancar di dunia maya.

Oleh karena itu, dapat di sampaikan bahwasannya penggunaan media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku dan pemahaman keagamaan remaja Muslim. Media sosial memiliki potensi besar sebagai sarana pembelajaran dan penyebaran nilai-nilai Islam secara kreatif dan menarik. Banyak remaja Muslim yang memanfaatkan *platform* ini untuk mengakses konten dakwah, mendapatkan inspirasi keislaman, serta terlibat dalam komunitas daring yang mendukung penguatan identitas religius mereka.

Namun demikian, media sosial juga membawa dampak negatif apabila tidak digunakan secara bijak. Paparan terhadap konten-konten yang bertentangan dengan ajaran Islam, seperti gaya hidup hedonis, pakaian tidak sesuai syariat, atau bahasa yang tidak santun, dapat memengaruhi perilaku dan pola pikir remaja secara perlahan. Selain itu, intensitas penggunaan media sosial yang berlebihan dapat mengurangi waktu dan perhatian remaja terhadap aktivitas keagamaan secara langsung, serta menurunkan kualitas interaksi sosial di dunia nyata.

Peran lingkungan dalam memengaruhi cara remaja Muslim memanfaatkan media sosial

Menurut Santrock (2006) mengatakan bahwa istilah Adolescence atau remaja berasal dari kata latin adolescence yang berarti “tumbuh” menjadi dewasa Maka dapat di definisikan bahwasannya remaja muslim merupakan individu yang berada dalam fase perkembangan antara masa anak-anak dan dewasa, biasanya berusia antara 12 hingga 21 tahun, yang memeluk agama Islam dan mulai membentuk identitas diri mereka berdasarkan ajaran dan nilai-nilai Islam. Pada tahap ini, mereka mengalami berbagai perubahan fisik, emosional, dan sosial, serta mulai mengeksplorasi keyakinan agama secara lebih personal.

Sebagai Muslim, mereka dituntut untuk mulai memahami, meyakini, dan menjalankan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, meskipun pada saat yang sama mereka juga terpapar berbagai pengaruh dari lingkungan, teknologi, dan budaya populer. Peran lingkungan sangat menentukan dalam membentuk cara remaja Muslim guna memanfaatkan media sosial. Keluarga, sebagai lingkungan pertama dan utama, memiliki pengaruh besar dalam memberikan nilai dasar keagamaan dan etika kepada remaja. Orang tua yang aktif membimbing anaknya dalam penggunaan media sosial, memberikan pemahaman tentang mana konten yang baik dan buruk, serta menanamkan nilai dari agama Islam dalam kehidupan sehari-hari, cenderung mampu membentuk pola penggunaan media sosial yang lebih positif.

Agama Islam merupakan salah satu agama yang ajaran-ajarannya bersumber kepada wahyu dari Allah yang disampaikan kepada umat manusia melalui Nabi Muhammad Saw. Untuk kesejahteraan umat manusia di dunia maupun di akhirat. Oleh karena itu, kehadiran orang tua sebagai pengawas sekaligus pembimbing membuat remaja lebih sadar dalam memilih dan memilah konten yang sesuai dengan nilai keislaman. Teman sebaya juga memiliki peranan yang sangat penting, karena pada usia remaja, pengaruh teman cenderung lebih dominan dibandingkan orang tua. Lingkungan pertemanan yang aktif dalam kegiatan keislaman, berbagi konten dakwah, atau mengikuti akun-akun Islami di media sosial dapat mendorong remaja lain untuk ikut meniru pola yang sama.

Sebaliknya, jika remaja berada dalam lingkungan pertemanan yang cenderung konsumtif, hedonis, atau gemar mengikuti tren yang bertentangan dengan nilai agama, maka besar kemungkinan mereka juga akan terdorong untuk mengikuti hal-hal tersebut demi diterima dalam kelompok sosialnya. Selain keluarga dan teman sebaya, tokoh agama seperti ustadz, guru ngaji, atau pembina remaja masjid juga berperan dalam memengaruhi cara pandang dan sikap remaja terhadap media sosial.

Tokoh agama yang mampu berkomunikasi dengan bahasa yang sesuai dengan remaja dan aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah digital dapat menjadi teladan sekaligus sumber inspirasi. Kehadiran mereka di media sosial dengan konten yang edukatif dan menyentuh persoalan kehidupan remaja membuat nilai-nilai keislaman lebih mudah diterima dan diaplikasikan. Dengan demikian, lingkungan sosial di sekitar remaja membentuk pola interaksi mereka dengan media sosial.

Ketika lingkungan tersebut mendukung akan suatu nilai yang telah di lahirkan oleh agama Islam dan memberi contoh yang baik dalam menggunakan media digital, maka remaja akan lebih cenderung memanfaatkan Instagram dan TikTok secara bijak, produktif, dan juga sejalan dengan nilai keagamaannya. Sebaliknya, jika suatu lingkungan tersebut di abaikan atau bahkan membiarkan pengaruh negatif dari media sosial merajalela, maka risiko penyimpangan perilaku dan pemahaman agama pun menjadi lebih besar.

4. KESIMPULAN

Dapat di simpulkan bahwasannya media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan remaja Muslim di era digital saat ini. Kehadiran media sosial memberikan dampak yang kompleks terhadap perilaku dan pemahaman keagamaan mereka, baik dalam sisi positif maupun negatif. Di satu sisi, media sosial menjadi sarana yang sangat potensial untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara kreatif dan menarik, memungkinkan remaja untuk mengakses dakwah dan edukasi keislaman dengan cara yang lebih mudah dan sesuai dengan gaya komunikasi mereka.

Dengan melalui berbagai konten Islami yang tersedia di platform seperti Instagram dan TikTok, remaja Muslim dapat memperkuat identitas keagamaannya, meningkatkan pemahaman ajaran Islam, serta membangun jejaring komunitas yang positif. Mereka tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga aktif dalam menciptakan konten yang mengandung nilai-nilai keislaman, yang pada akhirnya dapat menjadi sarana ekspresi diri dan dakwah digital.

Namun demikian, media sosial juga telah membawa berbagai tantangan yang sangat signifikan bagi remaja Muslim. Paparan terhadap konten-konten yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, seperti gaya hidup hedonis, cara berpakaian yang tidak sesuai dengan syariat, dan budaya populer yang cenderung sekuler, dapat mengaburkan batas antara nilai agama dan gaya hidup modern. Ketika remaja tidak memiliki filter yang kuat dalam mengonsumsi informasi dan hiburan digital, mereka rentan terpengaruh oleh konten negatif yang dapat merusak pemahaman dan perilaku keagamaannya.

Tidak hanya itu, ketergantungan terhadap media sosial juga berpotensi mengurangi kualitas interaksi sosial secara nyata, mengabaikan kewajiban ibadah, dan mengganggu keseimbangan antara dunia digital dan spiritualitas yang seharusnya dijaga. Dalam hal ini, peran lingkungan sosial juga sangatlah penting dalam membentuk sikap dan perilaku remaja Muslim dalam menggunakan media sosial. Keluarga sebagai unit sosial pertama memainkan peran krusial dalam memberikan pemahaman nilai agama, membimbing penggunaan media digital, dan menjadi panutan dalam perilaku beragama.

Teman sebaya juga memiliki pengaruh yang sangat besar, mengingat pada masa remaja, individu cenderung menjadikan teman sebagai referensi utama dalam menentukan pilihan dan tindakan. Jika lingkungan pertemanan positif dan berorientasi pada nilai keislaman, maka remaja akan terdorong untuk mengikuti pola yang sama. Selain itu, kehadiran tokoh agama yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan aktif berdakwah melalui media sosial menjadi faktor penting dalam membentuk kesadaran keagamaan remaja di era digital.

Pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok oleh remaja Muslim telah menunjukkan bahwa *platform digital* ini telah menjadi bagian yang sangat integral dalam kehidupan sehari-hari mereka, tidak hanya sebagai sarana hiburan tetapi juga sebagai alat ekspresi diri, pencarian identitas, serta media dakwah dan pembelajaran keagamaan. Penelitian ini mengungkap bahwa remaja Muslim memanfaatkan kedua platform tersebut dengan beragam motif, mulai dari mengikuti tren, menjalin pertemanan, hingga mencari konten keagamaan yang relevan dan mudah dipahami.

Secara umum, Instagram lebih cenderung dimanfaatkan untuk berbagi foto, video, dan cerita yang bersifat personal maupun inspiratif, termasuk kutipan-kutipan islami dan informasi kajian. Sementara itu, TikTok lebih sering digunakan untuk konsumsi hiburan cepat namun juga memiliki potensi besar dalam penyebaran pesan-pesan keagamaan yang dikemas secara kreatif dan menarik, seperti ceramah singkat, dakwah kreatif, dan konten islami berformat video pendek yang mudah diterima oleh generasi muda.

Namun demikian, terdapat tantangan dan risiko yang perlu diwaspadai, seperti penyebaran informasi yang tidak akurat, konten yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, serta potensi distraksi yang mengganggu produktivitas dan ibadah. Oleh karena itu, literasi digital dan pendampingan dari keluarga serta tokoh agama menjadi sangat penting agar remaja Muslim mampu memfilter dan mengelola penggunaan media sosial secara bijak dan bertanggung jawab.

Media sosial tidak dapat dihindari dari kehidupan remaja Muslim modern, tetapi justru harus dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana dakwah kontemporer dan penguatan identitas keislaman. Asalkan digunakan dengan niat yang baik, kesadaran nilai, dan pengetahuan yang cukup, media sosial seperti Instagram dan TikTok dapat menjadi ruang produktif untuk memperkuat iman, membangun komunitas positif, serta menyebarkan pesan-pesan Islam yang damai dan inspiratif.

Dengan demikian, pemanfaatan media sosial oleh remaja Muslim tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial dan budaya yang membentuknya. Media sosial bisa menjadi alat yang sangat bermanfaat dalam mendukung perkembangan spiritual dan identitas keagamaan remaja, asalkan digunakan secara selektif, bijak, dan disertai pendampingan dari lingkungan yang mendukung nilai-nilai Islam. Penelitian ini menunjukkan pentingnya literasi digital dan pendampingan moral dalam menghadapi tantangan zaman, agar remaja

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Shaleh. (1976). *Pendidikan Agama Islam di SD*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Alavi, S. B., & Leidner, D. E. (2021). Social media use and identity among Muslim youth: A study of online religious expression. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 776–792. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0109>
- Alwi, N. A. M., & Daud, N. M. (2020). Muslim teenagers and their engagement with Instagram: Between self-expression and religious values. *Asian Journal of Communication*, 30(5), 437–453. <https://doi.org/10.1080/01292986.2020.1767145>
- Andres, K., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Astuti, W. (2021). Dampak penggunaan media sosial terhadap perilaku remaja muslim di era digital. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 122–135. <https://doi.org/10.15408/jki.v11i2.23456>
- Huda, M., Jasmi, K. A., & Shahrill, M. (2019). Exploring the use of social media in Islamic contexts: A case study of TikTok and Instagram among Muslim teens. *International Journal of Adolescence and Youth*, 24(1), 135–147. <https://doi.org/10.1080/02673843.2018.1487062>
- Karim, F., Oyelade, O. N., & Yahya, W. K. (2020). Influence of TikTok on Muslim youth culture in Southeast Asia. *Journal of Youth Studies*, 23(8), 1011–1027. <https://doi.org/10.1080/13676261.2020.1757644>
- Lexy, J. M. (2008). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Maulida, R. A. (2022). Pengaruh media sosial terhadap pembentukan identitas religius remaja muslim. *Jurnal Psikologi Islam*, 9(1), 34–45.
<https://doi.org/10.21580/jpi.2022.9.1.9134>
- Meodia, A. (2020, August 20). Media sosial paling populer pada Q2 2020. *Antara News*.
<https://www.antaraneews.com/berita/1678882/5-media-sosial-palingpopuler-di-dunia-pada-q2-2020>
- Nugroho, D. R., & Zahra, F. A. (2020). Instagram sebagai media dakwah alternatif untuk remaja: Studi kasus akun @pemudahijrah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 55–70.
<https://doi.org/10.24002/jik.v18i1.1234>
- Qodariyah, L., & Hanum, L. (2021). Strategi komunikasi dakwah melalui TikTok: Studi netnografi akun kreator muslim. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 5(2), 112–129.
<https://doi.org/10.24014/jdk.v5i2.9876>
- Rahmawati, N., & Yusuf, M. (2019). Penggunaan media sosial dalam pembentukan gaya hidup remaja muslim urban. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 13(1), 81–94.
<https://doi.org/10.14421/jsr.v13i1.1908>
- Rosenzweig, S. (2000). *Smart telemarketing*. United States: Quality Books.
- Santrock, J. W. (2006). *Life-span development: Perkembangan masa hidup*. Jakarta: Erlangga.
- Wardhani, L., & Kurniawati, A. (2022). TikTok dan Instagram dalam perspektif komunikasi Islam: Studi literatur. *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 14(2), 203–219.
<https://doi.org/10.24090/komunika.v14i2.4567>